



UNIUNEA EUROPEANA

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013ORGANISMUL INTEREDIAR
REGIONAL PENTRU POS DRU
REGIUNEA BUCUREȘTI ILFOVAsociația
Brokerilor
Piata de capital

Nr. 110-P din data de 07.02.2011

Clarificare la Documentatia pentru ofertanti

Data publicarii clarificarii: 07.02.2011

Asociația Brokerilor anunta urmatoarele clarificari privind:

Documentatia pentru ofertanti, aparuta pe site-ul www.asociatiabrokerilor.ro in data de 31.01.2011, pentru achizitionarea de: Servicii de publicitate si organizare campanii de publicitate, Cod CPV – 79341000– 6 si 79341000-0

INTREBARI GENERALE

1. Care este targetul campaniei din punct de vedere socio-demografic (varsta, sex, educatie, venit)?

Clarificarea 1 "Grupul tinta este format **managerii si angajatii societatilor membre ale Asociației Brokerilor** (societati de servicii de investitii financiare si institutii de credit) **din toata tara, fara deosebire dupa varsta, sex, educatie, venit** "Membrii Asociației Brokerilor ii regasiti pe site-ul www.asociatiabrokerilor.ro"

2. Garantia de buna executie de 5% trebuie depusa in aceasta prima faza a licitatiei?

Clarificarea 2 „**Garantia de buna executie se va depune de catre ofertantul care va fi desemnat castigator in urma desfasurarii procedurii de achizitie. Modalitatea este specificata in Modelul de contract Formularul 3 anexa la Documentatia pentru ofertanti**”.

3. Costurile estimate in centralizatorul financiar trebuie respectate in proportie de 100% sau banii se pot aloca altfel/perioada? Exista o neclaritate la acest punct, deoarece am observat ca suma corespunzatoare lunii iulie 2011 este mai mare decat suma corespunzatoare lunii februarie 2012 (desi luna februarie include mai multe elemente);

Clarificarea 3 “**Costurile estimate in centralizatorul financiar trebuie respectate in proportie de 100%. Se va lua in calcul urmatorul centralizator de servicii care il va inlocui pe cel din documentatia pentru ofertanti:**

	Descrierea produsului / serviciului	Cantitate minima	Pretul estimat (fara TVA)
	Februarie-martie 2011		148.020
1.	Servicii de promovare/ informare /publicitate		10.700
	1.1 Distributie de materiale publicitare deja existente, puse la dispozitia agentiei de catre Asociatie (agentiile participante trebuie sa puna la dispozitie resurse de field la nivel local in orasele mentionate). Restul materialelor vor fi distribuite pe parcursul desfasurarii proiectului.	800 din cele 1000 afise, 4000 din cele 5000 flyere, 4000 din cele 5000 de brosure	

Descrierea produsului / serviciului		Cantitate minima	Pretul estimat (fara TVA)
	1.2 Distributia de materiale promotionale realizate de ofertant (tricouri /sepci/etc)	500 buc	
	1.3 Follow-up (telefonic sau la fata locului, tot prin resurse de field ale agentiiilor participante), dupa fiecare actiune		
2. Servicii de organizare campanii de publicitate :			137.320
	2.1 Postare e-bannere si advertoriale pe site-uri cu specific economico financiar	3 site-uri	
	<i>creare e-banner</i>	<i>1- in diverse dimensiuni</i>	
	<i>postare e-banner</i>	<i>500.000 accesari</i>	
	<i>creare advertorial</i>	<i>1</i>	
	<i>postare advertorial</i>	<i>5 zile</i>	
	2.2 Postare e-bannere si advertoriale site-uri cu specific educational	3 site-uri	
	<i>postare e-banner</i>	<i>500.000 accesari</i>	
	<i>postare advertorial</i>	<i>5 zile</i>	
	2.3 Publicitate radio		
	<i>creatie spot radio</i>	<i>1</i>	
	<i>difuzare spot radio</i>	<i>2/zi ,25 zile</i>	
	2.4 Publicitate TV		
	<i>creatie spot TV</i>	<i>1</i>	
	<i>difuzare in emisiuni dedicate pietei de capital</i>	<i>3 difuzari/zi, 20 zile</i>	
	2.5.Interviuri advertorial TV	3	
Luna iulie 2011			74.009
2. Servicii de organizare campanii de publicitate :			
	2.4 Publicitate TV		
	<i>creatie spot TV</i>	<i>1</i>	
	<i>difuzare in emisiuni dedicate pietei de capital,</i>	<i>3 difuzari/zi, 25 zile</i>	
	2.1 Postare e-bannere si advertoriale pe site-uri cu specific economico financiar	3 site-uri	
	<i>creare e-banner</i>	<i>1 in diverse dimensiuni</i>	
	<i>postare e-banner</i>	<i>500.000 accesari</i>	
	<i>creare advertorial</i>	<i>1</i>	
	<i>postare advertorial</i>	<i>5 zile</i>	
	2.2 Postare e-bannere si advertoriale site-uri cu specific educational	3 site-uri	
	<i>postare e-banner</i>	<i>500.000 accesari</i>	
	<i>postare advertorial</i>	<i>5 zile</i>	
	2.3 Publicitate radio		
	<i>creatie spot radio</i>	<i>1</i>	
	<i>difuzare spot radio</i>	<i>2/zi ,25 zile</i>	
	2.6. Advertorial alte publicatii tiparite	1	
Luna februarie 2012			48.857
2. Servicii de organizare campanii de publicitate :			

	Descrierea produsului / serviciului	Cantitate minima	Pretul estimat (fara TVA)
	2.4 Publicitate TV		
	<i>creatie spot TV</i>	1	
	<i>difuzare in emisiuni dedicate pietei de capital</i>	3 difuzari/zi, 20 zile	
	2.1 Postare e-bannere si advertoriale pe site-uri cu specific economico financiar	3 site-uri	
	<i>creare e-banner</i>	1 in diverse dimensiuni	
	<i>postare e-banner</i>	500.000 accesari	
	<i>creare advertorial</i>	1	
	<i>postare advertorial</i>	5 zile	
	2.2 Postare e-bannere si advertoriale site-uri cu specific educational	3 site-uri	
	<i>postare e-banner</i>	500.000 accesari	
	<i>postare advertorial</i>	5 zile	
	2.6. Advertorial alte publicatii tiparite	1	
	Luna iunie 2012		48.857
	2. Servicii de organizare campanii de publicitate :		
	2.4 Publicitate TV		
	<i>creatie spot TV</i>	1	
	<i>difuzare in emisiuni dedicate pietei de capital</i>	3 difuzari/zi, 20 zile	
	2.1 Postare e-bannere si advertoriale pe site-uri cu specific economico financiar	3 site-uri	
	<i>creare e-banner</i>	1 in diverse dimensiuni	
	<i>postare e-banner</i>	500.000 accesari	
	<i>creare advertorial</i>	1	
	<i>postare advertorial</i>	5 zile	
	2.2 Postare e-bannere si advertoriale site-uri cu specific educational	3 site-uri	
	<i>postare e-banner</i>	500.000 accesari	
	<i>postare advertorial</i>	5 zile	
	2.6. Advertorial alte publicatii tiparite	1	
	Luna septembrie 2012		48.857
	2. Servicii de organizare campanii de publicitate :		
	2.4 Publicitate TV		
	<i>creatie spot TV</i>	1	
	<i>difuzare in emisiuni dedicate pietei de capital</i>	3 difuzari/zi, 20 zile	
	2.1 Postare e-bannere si advertoriale pe site-uri cu specific economico financiar	3 site-uri	
	<i>creare e-banner</i>	1 in diverse dimensiuni	
	<i>postare e-banner</i>	500.000 accesari	
	<i>creare advertorial</i>	1	
	<i>postare advertorial</i>	5 zile	
	2.2 Postare e-bannere si advertoriale site-uri cu specific educational	3 site-uri	
	<i>postare e-banner</i>	500.000 accesari	

Descrierea produsului / serviciului	Cantitate minima	Pretul estimat (fara TVA)
<i>postare advertorial</i>	5 zile	
2.6. Advertorial alte publicatii tiparite	1	
Total lei, fara TVA		368.600

INTREBARI PUNCTUALE/ MEDII

BTL

1. Distributia materialelor publicitare deja existente (afise, flyere, brosure)- materialele vor fi impartite intr-un mediu deja stabilit sau este necesar sa propunem locatii pentru acestea?

Clarificarea 4 "Distributia materialelor publicitare deja existente (afise, flyere, brosure) vor fi impartite intr-un mediu deja stabilit, conform listei de sedii puse la dispozitie de beneficiar"

2. Puteti sa ne detaliati modul prin care doriti sa se faca follow-up-ul (raport zilnic, saptamanal, la sfarsitul campaniei)

Clarificarea 5 "Follow-up-ul va fi facut saptamanal, in scris, semnat si stampilat de reprezentantul legal"

MEDIA

A. Radio

1. Am inteles din brief faptul ca statiile radio trebuie sa aiba acoperire in cele 8 orase; doriti sa se lucreze pe un canal radio national (de exemplu Radio Zu) sau in alegerea mixului pot fi introduse radiouri locale (cum este Radio Timisoara)?

Clarificarea 6 "De preferat canale radio nationale care au o mai mare raspandire si audienta"

B. TV

1. Care este numarul minim de statii TV pentru ca o oferta sa fie luata in considerare?

Clarificarea 7 "Nu este relevant numarul minim de statii TV, ci numarul de Emisiuni TV cu specificul precizat care sa fie difuzate la TV cu acoperire nationala."

2. Durata interviurilor reprezinta o conditie de descalificare? Care ar fi durata minima pentru un astfel de interviu? Exista, de exemplu, stiri publicitare (difuzate in cadrul stirilor) de 30 de secunde.

Clarificarea 8 "Durata interviului este specificat in Documentatia pentru ofertanti si este de 10 min/interviu" Aceasta reprezinta cerinta minima.

3. Statia/ Statiile TV alese pentru interviuri trebuie sa fie certificate? Exista posturi TV care s-ar incadra in target, au impact mare la public, insa nu sunt certificate de o institutie specializata.

Clarificarea 9 "Daca statiile TV au impact mare la public, chiar daca nu sunt certificate, pot fi propuse in oferta. Ofertantul va trebui sa dovedeasca prin oferta pe care o va depune " impactul mare la public, in special urban, precum si specificatiile tehnice ale statiilor propuse, asa cum este precizat in Documentatia pentru ofertanti"

Potentialii ofertanti vor lua in considerare la intocmirea ofertei cele specificate in aceste clarificari.

Întocmit de,

**Valerica Maitan
Expert achizitii**

Avizat,

**Ingrid Zamfir
Expert promovare**

Avizat,

**Mihaela Grozaiu
Consilier juridic**

Aprobat,

**Dan Paul
Manager proiect**

Data: 07.02.2011